

Наталія Стеблина

Новини чи піар, або Чи можливо дотримуватися професійних стандартів у мережевих ЗМІ?

У статті досліджується проблема трансформації класичних принципів інформаційної журналістики у мережі. Проводиться зв'язок між режимами роботи 24/7, web first reporting та низьким ступенем ексклюзивності (2,4%-18%), збалансованості повідомлень (8%- 37%). Також встановлюється залежність між кількістю новин, що публікуються виданням за день, та рівнем ексклюзивності та збалансованості (чим більше новин, тим нижче оцінка за стандарти). Свою особливість має й стандарт оперативності: аби заповнювати стрічку новин протягом дня, журналісти можуть нехтувати своєчасністю. Окрім того, інтернет-видання переважно перепубліковують інформацію з інших он лайн ЗМІ, прес-служб, соціальних мереж. Відповідно інформаційні сайти не генерують власних новин, а поширюють інформацію з інших ресурсів, мінімально обробляючи її, створюючи сприятливий клімат для поширення піар-повідомлень.

Ключові слова: он-лайн журналістика, професійні стандарти мережевої журналістики, ексклюзивність інформації, пресрелізм

Internet has a great potential to make modern journalism more qualitative, however regional Ukrainian sites demonstrate the low level of professional standards compliance. Classical news principles (exclusivity, objectivity and even velocity) have been changed on the Internet. Ukrainian regional sites publish 2,4%-18% exclusive news and 8%-37% news with two or more points of view. These indexes can be explained by web first reporting and 24/7 regime influence.

Journalism work demands increased (number of publications, new multimedia formats, velocity etc.), whereas regional sites reduce staff. So the more news on line media publish the more standards violation can be fixed. But velocity standard has special features on the Internet. On line journalism is defined as the fastest, but journalists can neglect this standard in order to publish news with high periodicity. In doing so they might postpone hot news from distant towns and villages, such news usually used in order to fill news gaps in calm periods. Furthermore predominantly on line media republish information from other sites, press-offices, social media, so journalists don't see events with their own eyes and don't check the information. As a result sites don't generate their own news, but disseminate materials with minimal processing from other resources. In this way a favorable climate for PR-texts is created. Using their knowledge of journalism news producing mechanisms, PR managers publish materials without significant transformation. Usually PR offices of local authorities have priority position in such situation. So the border between local journalism and PR becomes minor.

Key words: on line journalism, professional standards of web journalism, information exclusivity, pressrelizm

Інтернет багатьма сприймається як такий, що дає змогу ЗМІ вирішити їх одвічні проблеми. Багато говорять про те, що мережа більш сприйнятлива до альтернативних джерел інформації [3, 4]. Також стверджують, що публікація в інтернеті більше сприяє «перманентному пошуку правди» - адже через гіперлінки та коментарі вона є незавершеним продуктом, до створення якого можуть долучатися усі охочі [6, 32]. І, звичайно, мережа – це швидкість, принцип web first reporting змушує журналістів спочатку повідомляти новини на сайті, а потім поширювати через офф лайнові ЗМІ.

Так, технологічно, інтернет має надзвичайний потенціал для підвищення якості журналістських стандартів – балансу думок, повноти, оперативності, точності та ін., але на практиці ми бачимо іншу картину. Інтернет-журналістика часом не тільки не виглядає більш якісною, ніж традиційна, але й, більш того, спричинює зниження якості офф лайнових ЗМІ.

Відповідно існує потреба у тому, аби встановити провідні особливості інтернет-ЗМІ, не орієнтуючись винятково на їхні технологічні можливості, адже можливість використовувати інтерак-

тивність, гіпертектуальність та мультимедійність ще не означає, що вони відіграють принципову роль у мережевих журналістських текстах. До того ж, цілком можливо, що природа мережі впливає на журналістику не тільки позитивно, але й негативно.

Мета нашого дослідження – на основі мережевих новин встановити ступінь ексклюзивності, збалансованості та оперативності журналістських повідомлень. Матеріалом нашого дослідження стали новинні повідомлення провідних місцевих одеських сайтів.

Ці три ознаки були обрані саме через те, що вони є засадничими принципами традиційної офф лайнної журналістики. Однак у мережевих новинах є деяка специфіка їхнього дотримання. Приміром, чи може журналіст усю інформацію, що друкується на стрічці новин, перевірити особисто? Для того, аби відповісти на це питання, звернімо увагу, що в середньому сайти місцевих новин друкують від 40 до 100 новин у режимі 24/7. При цьому на деяких сайтах журналістів, що збирають інформацію, двоє чи троє. Баланс думок також виглядає досить проблематично, адже для інтернету принципова швидкість, принцип web first reporting; якщо ми маємо резонансну заяву політика, друкуємо її відразу. Поки журналісти реалізовуватимуть право на відповідь та шукатимуть нейтрального експерта, читачі дізнаються про цю заяву з інших сайтів. Також свою специфіку має і оперативність. Журналісти, які наповнюють стрічку новин, мають дбати, по-перше, про те, аби новини публікувалися постійно, а не тільки тоді, коли вони сталися – відповідно існує потреба певні тексти давати відразу, а певні відкладати на випадок того, якщо ніяких подій не буде. По-друге, у мережі також є свій «пройм-тайм» - час, коли читачів найбільше, тож деякі повідомлення можуть спеціально притримуватися редакцією для того, аби у певний момент «заробити» на них якомога більше переглядів.

Місцеві сайти ми обрали саме через те, що сьогодні ця ніша активно заповнюється, особливо це актуально в Одесі, де ми маємо, за різними даними від 40 до 50 новинних електронних видань.

Ексклюзивність та страх «операційної білизни»

Жан Бодрійяр говорить про те, що будь-який комп'ютер потрібно завантажувати роботою, відповідно інформація має бути доступною щосекунди, у результаті порожнечу комп'ютера ми

завантажуємо порожнечою інформації, оскільки «для того, аби інформація була передана якомога краще і якомога швидше, потрібно, щоб її зміст знаходився десь на межі очевидного та несуттєвого» [4, 73]. При цьому, за словами Бодрійяра, сучасна людина боїться мовчання, тому незважаючи на те, що поширювана інформація не несе суттєвого змісту, продукування її продовжується.

Потреба заповнювати стрічку новин інформацією у режимі 24/7 призводить до ще одного наслідку, про який говорить Я. ван Дейк. З її точки зору, сьогодні центральну позицію у нашій культурі займають екрани, які стають заміною безпосереднього контакту з навколишньою дійсністю «екрани будуть не тільки вікнами до нашого світу, але також другими вхідними дверима – важливими, а може навіть найбільш важливими входами та виходами з наших домівок... Найбільш фундаментальний результат повсюдної присутності екранів – це безперечно поступове заміщення прямого особистого досвіду... опосередкованою взаємодією... [1, 194]. Існує небезпека, що люди почнуть жити в штучній реальності, де залишається все менше місця для особистого досвіду, досвіду, який розділяється безпосередньо з іншими». Екранна культура, як ми бачимо, вплинула і на журналістику і тепер основне призначення журналіста – «бути свідком» потроху втрачає актуальність. Подивимося, як це впливає на сучасні мережеві новини.

За результатами декількох моніторинрів стрічок новин найбільш популярних місцевих інтернет-ЗМІ ми отримали такі дані:

1. В Одесі ексклюзивних джерел новин маємо: 13% (найбільший показник – інтернет-видання «Думская»), 7% (середній показник – інтернет-видання «Таймер» та «Трасса Е 95»), 3% (найменший показник – інтернет-видання «Репортер») – період моніторингу 29 серпня – 4 вересня 2014 року [8].

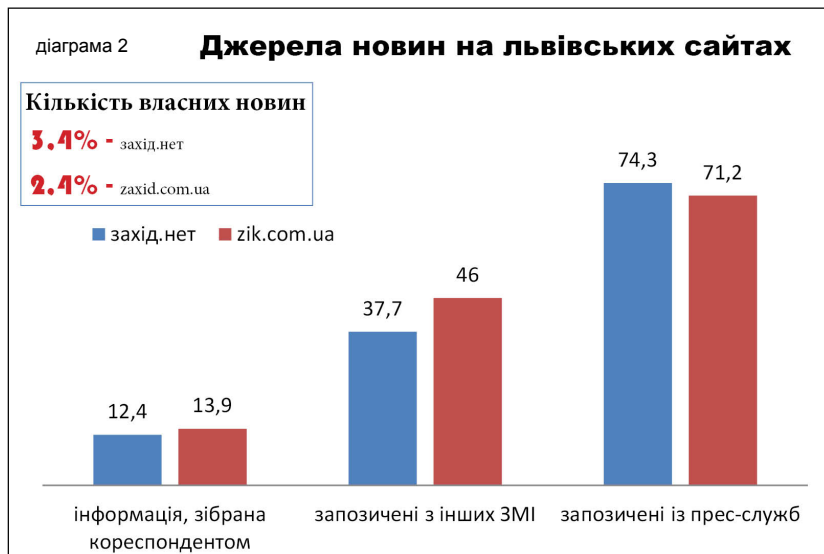
2. На сайтах Одеси, Донецька, Харкова та Львова ексклюзивних джерел 18% («Думская»), 4% («Новости Донбасса»), 7% (АТН – Харків), 4% («Захід.нет» - Львів) – період моніторингу 6 – 12 липня 2015 року [7].

3. На сайтах Львова 3,4% («Захід.нет»), 2,4% («Zik.com.ua») – період моніторингу - 25-31 травня, 15-21 червня, 6-12 липня 2015 року [9].



Як ми бачимо, кількість ексклюзивних повідомлень дуже мала: від 2,4% до 18%. При цьому цікаво відзначити, що є залежність між кількістю новин та ексклюзивністю: чим більше текстів на стрічці новин, тим менший відсоток ексклюзивності (див. діаграму 1).

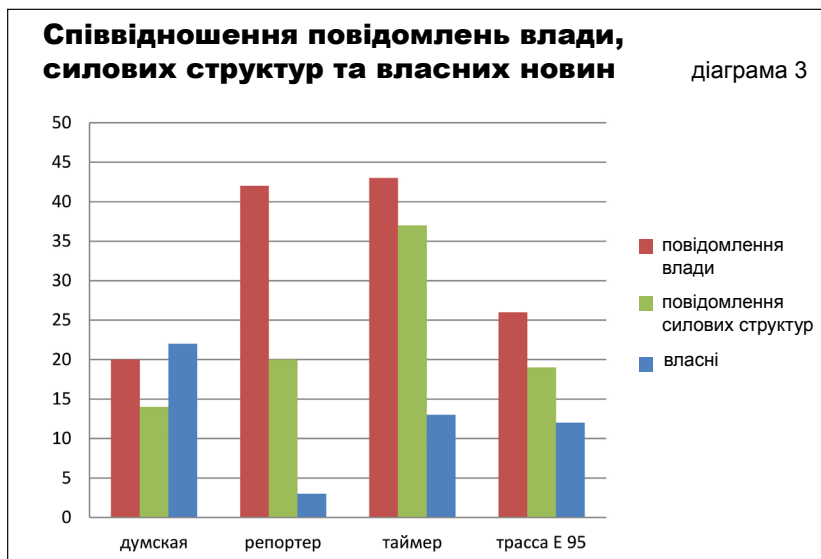
І ми не можемо говорити про те, що подібна тенденція характерна тільки для місцевих сайтів. Нік Дейвіс у своїй книзі «Новини пласкої землі» цитує дослідження Кріса Патерсона, який, використовуючи програму щодо відстеження плагіату, вираховував кількість новин, написаних ексклюзивно. «91% матеріалів на телевізійній сторінці телеканалу «ABC» був дослівним відтворенням новин із розсилки, серед матеріалів MSNBC таким було 81% новин, на веб-сторінці газети «Guardian» - 62%, CNN - 59%. Нижчими від середнього були показники веб-сайтів «New York Times» (32%), «Sky TV» (15%) і BBC (9%) - можливо, тому, що вони справді знаходили більше власної оригінальної інформації, або тому, що більше зусиль вкладали в переписування матеріалів агенцій у власному стилі».



Немає ексклюзивності – немає балансу?

Але якщо журналісти не збирають інформацію самі, то хтось робить це за них. І тут ми маємо звернути увагу на проблему пресрелізму. Справді, сьогодні новини насправді мають дуже багато спільного із піаром. Ось дані щодо кількості новин, написаних на основі прес-релізів, на львівських сайтах. Їх більше 70% (див. діаграму 2).

Отже, редакції роблять ставку не на власний журналістський пошук інформації, а на передрук повідомлень з інших джерел (зокрема прес-служб). Таким чином, часто мимоволі, журналісти починають відстоювати інтереси власників цих прес-служб, а не суспільства. Адже суспільна група чи ж окрема особа, які не мають власної PR-агенції, фактично не отримують доступу до ЗМІ. Наприклад, якщо аналізувати матеріали, які місцеві ЗМІ пишуть про переселенців, то бачимо дуже цікаву річ: кількість прямих цитат переселенців з Криму більша, ніж кількість прямих цитат переселенців із зони АТО. Це пояснюємо тим, що кримські татари мають багатьох спікерів (політики, активісти, громадські діячі), а от переселенці з Донбасу, на жаль, не представлені у ЗМІ.

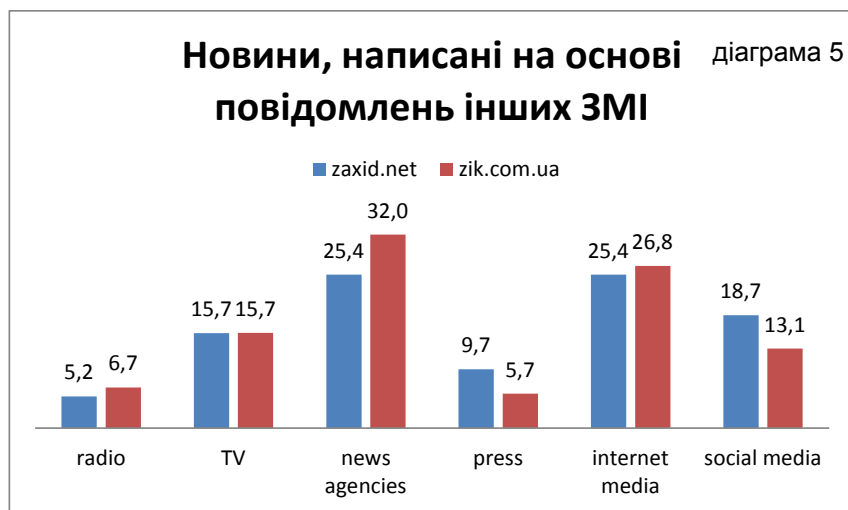


Звернімо увагу на дисбаланс сил, представлених у суспільному діалозі на місцевих одеських сайтах (див. діаграму 3).

Цікаво відзначити, що інтернет-ЗМІ, представлені на діаграмі, мають різні політичні спрямування і різних власників, але незважаючи на це, влада все одно отримує «карт бланш». Адже якщо сайти не публікують ексклюзивних новин, їм доводиться покладатися на прес-релізи, а провідні джерела прес-релізів, це влада (міська та обласна) і силові структури (прес-служби МВС та МНС).

При цьому журналісти ігнорують принцип перевірки інформації, зокрема те правило, про яке говорить М. Халер «Пошук і збір інформації слідує при цьому принципу гласності: він має виявляти те, що без нього залишилося б прихованим. Використання або залучення вже приготованої інформації (наприклад, повідомлення прес-служб, дані з Інтернету) не є пошуком і збором інформації. Пошук і збір інформації починається лише з перевірки цієї інформації» [11, 38].

У випадку ж місцевих інтернет-сайтів прес-реліз збалансовується тільки у тому випадку, якщо є інший прес-реліз, в якому



є реакція на попередній. Взагалі ж кількість новин, які містять більш ніж одну точку зору від 8% до 37% (див. діаграму 4). І тут таки найбільшу кількість збалансованої інформації ми маємо на одеському сайті («Думская») з найбільшою ексклюзивністю і з найменшою кількістю новин, що публікуються за день.

Цікава при цьому ще одна особливість місцевих сайтів. Якщо аналізувати новини, запозичені з інших медіа, ми не простежуємо тенденції до перепублікації ексклюзивних повідомлень (див. діаграму 5).

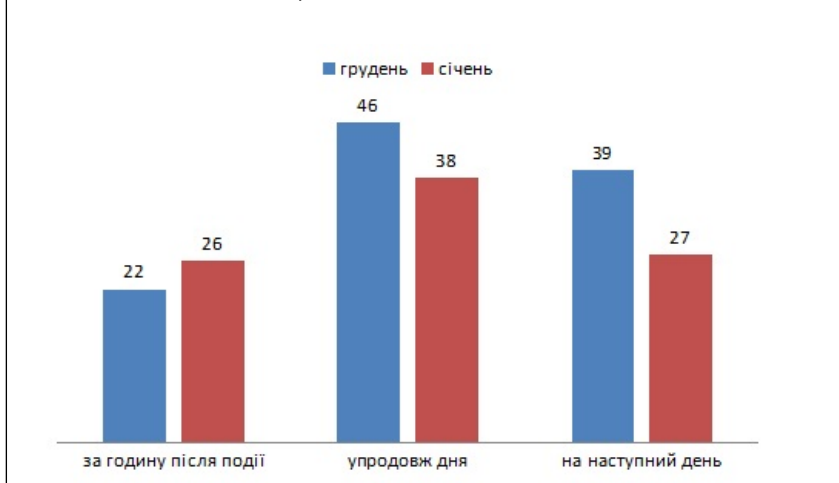
Таким чином, не можна стверджувати, що традиційні медіа (радіо, ТБ чи преса) є «донорами» для інтернет-ЗМІ. Натомість найбільше запозичень ми маємо саме з інформаційних агенцій та інтернет-ЗМІ. І тут можемо стверджувати, що ще одним із критеріїв для добору новини мережевими ЗМІ є саме швидкість, а не ексклюзивність.

Також маємо значну кількість запозичень з телебачення та фейсбуку (в обидвох медіа маємо ще по два запозичення з твіттера – цікаво, до речі, що західні журналісти використовують твітер як джерело новин набагато частіше, ніж українські). Причому ці запозичення мають схожий характер: найчастіше це новини, в яких висловлюється позиція: приміром, запрошений на ефір депутат дає відповідь на питання журналіста. Щодо соціальних мереж – передруковується пост певного лідера суспільної думки.

Швидкість чи оперативність?

Зазначаючи про специфіку мережеских новин, ми неодноразово гадували про швидкість. Але мусимо вказати, що швидкість та оперативність – не одне й те ж. Оперативність – це своєчасність, реципієнт у момент ухвалення зваженого рішення про ту або іншу ситуацію, повинен мати усю важливу інформацію. До того ж, ми не можемо говорити про оперативність без точності. Адже згідно зі Редакційними настановами «Бі-Бі-Сі» точність має більше значення, ніж швидкість.

Щодо оперативності ми також спостерігаємо доволі цікаві трансформації. У підручниках із журналістики читаємо, що мережа кардинально змінила роботу працівників медіа. Мовляв, за нинішніх умов журналісти мають «синхронізувати подію й повідомлення про неї» [6, 71] — тобто публікувати важливу інформацію не після, а під час події. Раніше, кажуть, журналіст міг собі дозволити піти на подію зранку чи вдень, а відписатися ввечері або ж і наступного дня. Тепер же читач хоче бачити інформацію відразу. І якщо не знаходить її на одному сайті — переходить на

Кількість новин, які повідомлялися... діаграма 6

інший. Про це ж каже й Мітчел Стівенс: «Якщо читач чує сирену за вікном, він має зайти на сайт і прочитати, що сталося» [10].

Щоби зрозуміти, як швидко журналісти реагують на подію, у кожному випадку ми вираховували видання, яке повідомляло про новину першим, а також фіксували час повідомлення про цю ж подію на інших сайтах (вибірку ми робили з тих новин, про які написали хоча б два видання з п'яти). У результаті ми розділили свої дані на три категорії: новини, про які журналісти повідомили впродовж години після першої публікації на сайті; новини, про які повідомили впродовж дня; і новини, про які повідомили впродовж двох-трьох днів. Отаку картину маємо (діаграма 6).

Як бачимо, новин, про які журналісти прагнуть повідомити відразу, менше за ті, які повідомляють протягом дня. Майже третина текстів взагалі відкладається на потім. Також ми не бачимо, щоби картина суттєво відрізнялася залежно від тижня. Навпаки, в січні було більше новин, про які повідомляли відразу (тут маємо знову згадати про гарячу подію – снігопад, який буквально паралізував місто) — і менше відкладених матеріалів (довше ніж на годину чи на день). Тобто для одеських сайтів не так важливо повідомляти всі новини швидко.

Якщо ж проаналізувати, які саме події друкуються відразу, а які – відкладаються на потім, ми також зустрінемося із знайомою нам проблемою низької ексклюзивності та великого відсотка прес-релізму. За нашими даними, на швидкість впливає тематика повідомлення (кримінал та надзвичайні ситуації). Джерела подібної інформації – переважно прес-служби МВС та МНС. Також участь у події відомих людей (набільше пишуть, звичайно, про резонансні заяви, які журналісти або чують на різноманітних прес-конференціях чи переддруковують із «Фейсбуку»). Окрім цього важливий такий чинник новинності, як консонанс (про подію мають говорити, на неї мають чекати) – знову ж таки, не можемо говорити про ексклюзивність. І ще один фактор – це географічне розташування (якщо подія сталася у місті, про неї напишуть швидше, якщо подія сталася в області – відкладуть публікацію). На жаль, тут на ситуацію може й не впливати резонансність події.

Скажімо, не всі читачі одеських ЗМІ вчасно дізналися про арешт моряків за кордоном, про арешт мера Затоки, про голодування в Котовському туберкульозному відділенні. Це і є порушення стандарту оперативності, коли застарілим повідомленням хочуть заспокоїти ситуацію, показати, що не така вона й важлива.

Висновки

Отже, провідною проблемою сучасної інтернет-журналістики можемо назвати значне падіння ступеня ексклюзивності. Фактично, у мережевих ЗМІ ми вже не маємо звичних нам новин, новинні сайти стають майданчиком, через який поширюються найбільш резонансні повідомлення, які не перевіряються, не збалансовуються. Авторами цих повідомлень найчастіше є піарники чи прес-секретарі. Відповідно, журналісти вже не виконують роль посередників між джерелами інформації та аудиторією. Вони просто надають майданчик для публікації контенту, який за їхніми розрахунками має набрати найбільше переглядів.

За таких умов ми не можемо говорити про збалансоване представлення інтересів різних суспільних груп у ЗМІ, оскільки доступ на сайт отримують влада і силові структури. Вони ж і формують порядок денний.

Низький ступінь ексклюзивності викликає зниження якості усіх професійних стандартів, не тільки балансу думок. Страждає також точність, повнота. І, як бачимо, навіть оперативність. Адже ЗМІ залежать тепер не від повідомлень власних журналістів, а від прес-служб. Відповідно, їм доводиться «притримувати» певні повідомлення, аби завжди мати чим заповнити стрічку новин.

Сьогодні ми стаємо свідками трансформації новинної журналістики – класичних інформаційних повідомлень, які були б перевіреними, збалансованими й повними, ми практично не маємо на сайтах місцевих ЗМІ. К. Вільямс цитує у своїй книзі «Міжнародна журналістика» М. Массінга, який зауважив: «інтернет – п'явка, що використовує репортажі з меінстрімних новинних сайтів, після чого блоги та сайти повторюють, коментують та галасують навколо цих тем» [2, 163]. Тож інформація, що базується на передруці повідомлень – засаднича особливість мережевої журналістики.

Однак тут ми маємо зауважити ще й про вплив, який мають мережеві ЗМІ на традиційні. Адже «повторення», «коментування» та «галас» - те, що впливає на формування порядку денного. Там опиняються саме резонансні теми. А резонанс сьогодні – це саме мережеві ЗМІ, які живуть рейтингом і орієнтуються тільки на рейтингові повідомлення. До того ж, більшість газет мають електронну версію, передруковуючи звідти повідомлення – саме ті, які були написані за законами мережі (менше ексклюзиву, більше швидкості). Аби пояснити цю тенденцію, Нік Дейвіс у своїй книзі «Новини пласкої землі» говорить про те, що сьогодні у журналістиці зруйнована «іmunна система»: «Журналістика без перевірки достовірності – наче людське тіло без іmunної системи. Якщо основне призначення журналістики – говорити правду, то основна функція журналістів – перевіряти та відкидати те, що правдою не є. Однак щось змінилося, й іmunна – найважливіша система почала руйнуватись. У дивному, тривожному та зазвичай ніким не поміченому розвитку цієї тенденції, журналісти виштовхують у світ історії, не перевіряючи їх – і ті історії згодом циркулюють планетою. Отже, тепер глобальні ЗМІ не лише схильні до випадкових помилок (що неможливо було уявити в минулому), а й цілковито й постійно відкриті до ураження обманом, пересмикуваннями та пропагандою» [5].

Ми ж можемо додати, що журналісти, згідно зі спостереженнями багатьох дослідників, уже не повідомляють новини першими, втративши статус гейткіпера, однак сьогодні вони мають все менше стосунку до тих повідомлень, які вони поширюють. Тож їхня роль зводиться лише до повторення тієї інформації, яку до них уже було створено.

Список літератури

1. van Dijk Jan A.G.M. The Network Society. Social Aspects of New Media. - Second edition. - London : SAGE Publications, 2006.
2. Williams K. International Journalism. - SAGE Publications Ltd, 2011. - 216с.
3. Батлер П. Нові технології нові голоси / Патрік Батлер. // Новітні засоби масової інформації. - Т. 12. - №12. - С. 4-8.
4. Бодрийяр Ж. Операционная белизна / Ж. Бодрийяр // Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. - М. : Добросвет, Издательство «КДУ», 2006. - С. 65-74.
5. Дейвіс Н. Новини пласкої землі / Н. Дейвіс. - К. : Темпора, 2011.
6. Кирия И. Мультимедиа и новые принципы новостей / Илья Кирия. // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. - М., 2010. - С. 30-61.
7. Стеблина Н. Немісцеві медіа Львова: як львівські сайти стають всеукраїнськими [електронний ресурс]/ Н. Стеблина. - Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/regional_newspapers/nemistsevi_media_lvova_yak_lvivski_sayti_stayut_vseukrainskimi/
8. Стеблина Н. Пресрелізм у мережевих виданнях, або Як журналісти допомагають владі виховувати слухняних громадян / Н. Стеблина // Мас-медіа. Демократія. Інформаційна війна. - К. : СПД Матвієнко, 2014. - С. 43-52.
9. Стеблина Н. Регіональні сайти - для кого і на кого працюють? [електронний ресурс]/ Н. Стеблина. - Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/regional_newspapers/regionalni_sayti_dlya_kogo_i_na_kogo_pratsyuyut/
10. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет. — К.: «Видавничий дім Києво-Могилянська академія», 2008
11. Халер М. Пошук та збір інформації в журналістиці / М. Халер. - К. : Академія української преси. Центр вільної преси, 2006.